

ПРОБЛЕМА ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ГОТОВНОСТИ ПРОВИЗОРА К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С КЛИЕНТОМ

Коноплева А.В.

Витебский государственный медицинский университет

Особенности развития нашего общества, развитие науки и техники, бурное развитие фармации - новые технологии изготовления лекарств, тесная связь фармацевтического и лечебно-диагностического процессов создают новую ситуацию, в которой возрастает роль человеческого фактора в процессе взаимодействия с клиентами. Повседневная жизнь и практика выдвигают на первый план значение личности провизора и взаимоотношений провизора и клиента. Поэтому проблема оптимизации процессов психологического взаимодействия в диадах "провизор - клиент", "провизор - провизор", "провизор - врач", а следовательно и реализация комплексной программы социально-психологической подготовки провизора является одной из актуальных и социальных, и психологических проблем современности.

Необходимо отметить, что обсуждался этот вопрос и на VI Российском национальном конгрессе "Человек и лекарство", который проходил в апреле 1999 года, где особое внимание уделялось вопросам, касающимся построения отношений между "пациентом-посетителем" и "провизором-фармацевтом", "пациентом-посетителем и аптечным учреждением", возникающих при предоставлении фармацевтической услуги. Поэтому необходима разработка алгоритмов отношений между "пациентом-посетителем и провизором-фармацевтом, пациентом-посетителем и аптечным учреждением с учетом этических, психологических и других аспектов". В связи с этим совершенствуются содержание, формы и методы профессиональной подготовки провизоров, направленные на актуализацию психологических аспектов его деятельности.

Важность этой проблемы обусловлена также особенностями фармацевтической деятельности, которые обсуждаются современным медико-психологическим знанием. А именно:

- выполнением провизором функций врача-парапрофессионала;
- взаимодействием с лечебно-диагностическим процессом, в целях сохранения здоровья, улучшения лечения или профилактики заболевания;
- признанием фармацевтом права личности на свободу выбора лечения и соблюдение конфиденциальности информации о клиенте ("Этический кодекс фармацевта");
- умением устанавливать психологический контакт в профессиональном взаимодействии с клиентом, что определяет прежде всего возможность естественного общения и является важным условием продуктивного сотрудничества;
- соблюдением этических норм при выполнении информационной и рекламной деятельности в сфере обращения лекарственных средств (Е.А. Долгова, Н.Б. Дремова).

Анализ современных психологических исследований позволяет утверждать, что эффективность профессионального становления личности специалиста обусловлена психологической готовностью к профессиональной деятельности.

Определению сущности, содержания и особенностей феномена "психологическая подготовка провизора к профессиональной деятельности" способствовал анализ исследований классиков психологии (Б.Г. Ананьев, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, А.Ц. Пуни, С.Л. Рубинштейн, П.А. Рудик, А.А. Смирнов, Б.М. Теплов).

Психологическая подготовка - это активизация профессиональных важных качеств необходимых для обучения и деятельности в этой профессии, общих и специальных способностей и умения пользоваться ими в определенных условиях.

В психолого-педагогической литературе различают понятия "психологическая подготовленность" и "психологическая готовность".

Психологическая готовность - это доведенная до оптимального уровня его психологическая подготовленность, обеспечивающая наиболее эффективное выполнение конкретных задач в учебном или трудовом процессе.

Психологическая подготовка имеет ряд существенных особенностей:

- 1) направленность психологической подготовки на конкретную специальность в определенном виде труда,
- 2) формирование свойств личности, обеспечивающих высокое качество того или иного вида трудовой деятельности (направленность на предстоящую деятельность, способности и склонности к ней, знания и умения, профессионально важные психические процессы),

3) нацеленность психологической подготовки на личность в целом, на все компоненты ее структуры.

Теоретический анализ психолого-педагогической литературы показывает, что существуют наиболее общие компоненты психологической готовности для большинства специальностей:

- направленность на конкретную профессию, потребности и интересы, система целей, установок и мотивов, мировоззрения, взгляды, убеждения, идеалы, моральные качества,
- знания, навыки и умения, необходимые для будущей профессии,
- уровень развития профессионально важных психических процессов,
- эмоционально-волевая устойчивость для профессий, относящихся к системе "человек-человек".

Исходя из особенностей профессиональной деятельности провизора, мы предполагаем, что важным компонентом психологической готовности является направленность личности на общение и взаимодействие с клиентом (направленность в область межличностных отношений - А. А. Бодалев), что обуславливает успешность профессиональной деятельности провизора. Направленность является одной из важнейших характеристик человека, это устойчивая система интересов, убеждений, идеалов и т.д., что в конечном итоге определяет выбор профессии, способ достижения успеха. Направленность выступает в качестве ориентира деятельности личности и является относительно независимой от конкретной ситуации.

Для определения личностной направленности в настоящее время широко используется методика "Определение направленности личности" (ориентационная анкета), разработанная Б. Бассом.

С помощью методики выявляются следующие направленности:

Направленность на себя (Я) - ориентация на прямое вознаграждение и удовлетворение безотносительно работы и сотрудников, агрессивность в достижении статуса, властность, склонность к соперничеству, раздражительность, тревожность, интровертированность.

Направленность на общение (О) - стремление при любых условиях поддерживать отношения с людьми, ориентация на совместную деятельность, ориентация на социальное одобрение, потребность в привязанности и эмоциональных отношениях с людьми.

Направленность на дело (Д) - заинтересованность в решении деловых проблем, выполнение работы как можно лучше, ориентация на деловое сотрудничество, способность отстаивать в интересах дела собственное мнение, которое полезно для достижения общей цели.

Нами проведено пилотажное исследование, целью которого было определить направленность личности студентов 1, 3 курсов фармацевтического факультета. Полученные нами результаты следующие:

- 1) направленность на себя (Я) - 32%.
- 2) направленность на общение (О) - 32%.

3) направленность на дело (Д) - 36%.

Мы предварительно можем констатировать необходимость этико-психологической подготовки будущих провизоров, ориентированной на развитие направленности на общение, что подтверждает актуальность выбранной нами темы исследования.